

## ACCADEMIA LIGUSTICA DI BELLE ARTI DI GENOVA

Anno Accademico 2021/22

### “Fondamenti di Marketing Culturale”

prof. Maurizio Luvizone

[m.luvizone@accademialigustica.it](mailto:m.luvizone@accademialigustica.it)

Musei, pinacoteche, teatri, festival, città, nazioni per essere compresi e condivisi, devono essere narrati. Per lo storytelling delle “fabbriche” e dei luoghi culturali non serve *il* marketing: è necessario un marketing *per* la cultura. Un *marketing gentile* che rispetti la fragilità della cultura ma che non transiga sulla sua missione di contribuire a creare ricchezza e sostenibilità per l’impresa culturale, felicità per i suoi pubblici, impatto economico e sociale sul territorio che la ospita.

- **Obiettivi del corso:**

- Il corso si propone di affrontare i fondamenti del marketing e della comunicazione della cultura e dell’arte (beni culturali, musei, festival, mostre, manifestazioni, industrie culturali e creative...)
- Scopo del corso è offrire agli studenti elementi teorici e casi pratici per un primo orientamento all’interno di un argomento – quello della gestione economica della cultura e dell’arte - in grande sviluppo e con crescente domanda di specializzazione professionale.

- **Principali temi trattati:**

- Un Marketing “gentile” per la Cultura
- Domanda e offerta culturale
- Marketing e comunicazione della Cultura e del “prodotto” culturale
- Mercato e marketing dell’arte
- Mercato e marketing delle industrie creative

- 1. **Argomenti delle lezioni:**

1. Da marketing a marketing culturale
2. I pubblici della cultura
3. L’offerta culturale:
  - posizionamento
  - comunicazione
  - prezzo
  - distribuzione
4. Marketing intelligence
5. Marketing del museo
6. Marketing del teatro
7. Marketing degli eventi culturali (i festival di approfondimento culturale)
8. Marketing dei territori, dei luoghi e delle destinazioni
9. Marketing dell’arte contemporanea
10. Marketing culturale digitale
11. Il rapporto pubblico/privato (mecenatismo, sponsorizzazioni e responsabilità sociale d’impresa)
12. Il fundraising per la cultura
13. Industrie culturali e creative in Europa (casi di studio)
14. Patrimonio Italia: identità, valorizzazione e comunicazione del nostro capitale culturale.

- **Testi per la preparazione dell'esame:**

1. DISPENSE DEL DOCENTE
2. MAURIZIO LUVIZONE "VENDERE O FARSI COMPRARE. UN MARKETING GENTILE PER LA CULTURA" – LIBRI SCHEIWILLER
3. ALESSANDRO BOLLO, "IL MARKETING DELLA CULTURA" – CAROCCI

**Maurizio Luvizone** è esperto in management delle organizzazioni non profit, formazione e fundraising. È stato direttore della comunicazione di primarie società industriali ed ha progettato, avviato e diretto fondazioni ed enti del terzo settore in ambito socio-culturale e scientifico. Progetta e dirige programmi per la cultura e svolge attività di consulente e docente. Insegna "Fondamenti di Marketing Culturale" presso l'Accademia Ligustica di Belle Arti di Genova. Collabora con diverse Università e Master.

Genova, gennaio 2022